

在需求与限制中求发展

——浅析新中国建国以来影响广播发展的主要因素

■ 都凌霄

【摘要】本文从需求与限制两个层面分析了影响广播发展的主要因素。结合我国具体实际,分析了传者需求与受众需求、技术限制、政治限制、经济限制、竞争限制等因素对我国广播发展的影响。

【关键词】广播 媒介发展 影响因素

1940年12月30日,延安新华广播电台开始播音,标志着我国人民广播事业的诞生。^①新中国建国以后,尤其是改革开放30年以来,广播在我国更是发生了翻天覆地的变化,从内容到形式都焕然一新。本文试从需求和限制两个层面出发,来分析影响我国广播发展的主要因素。

一、从需求层面看新中国建国以来广播的发展

1、传者需求

提到需求,往往让人想到受众的需求,却忽略了另一个层面,那就是传者的需求。这里,传者主要分为两类:一类是广播电台自身,一类是党和政府。

从新中国成立到改革开放之前这段时间,由于党和政府对于广播的严格控制,广播电台自身并没有多大的自主权。当时广播的传者就是党和政府。在建国初期,党和政府所面临的首要任务,就是动员全社会的力量,统一思想和行动,进行社会主义的改造和现代化建设。广播由于其经济性、时效性、广泛的到达率,以及不需要听众能识字等特点,成为了国家重要的宣传工具。因此,国家拨了大量的经费用于广播网的建设,最突出的一点就是农村有线广播网的建立。这段时期,广播不仅数量上得到发展,而且在一定程度上也赢得了人民群众的喜爱。

改革开放以后,国家放松了对广播媒介的严格控制,并且同意了广播媒介的产业化发展,逐渐减少了对它的拨款。这时候,作为传者一方,媒体自身的地位凸显了出来。为了生存和发展,广播电台的首要需求变成了在正面引导舆论的基础上实现高收听率从而实现盈利。为此,各广播电台开始改革,丰富节目内容,创新节目形式,努力去满足受众的需求,以实现自身的营利需求,使得改革开放以后我国电台节目丰富多彩,播出形式灵活多变。

2、受众需求

从新中国成立到改革开放之前这段时间,因为体制等原因,受众的需求并没有得到足够的重视。当时,虽然广播高喊“为人民服务”的口号,但实际上,完成上面下达的各项政治宣传任务才是其日常工作的重点,受众只能是被动地接受这些宣传,广播日渐变成了单向传播的灌输型媒体。当然,这也跟

当时广播没有面临太大竞争有关,受众当时并没有太多的媒介选择,媒体圈是一个十足的“卖方市场”。

改革开放以来,电视、网络等的普及给了受众更多的选择,使得他们开始挑选并“使用”媒介来获得“满足”。媒体圈进入了一个“买方市场”,人们的价值观念日益多元,群众文化水平和精神需求也日益增长,从而对广播传播的质量要求也不断提高。各电台面临生存和竞争压力,纷纷开始从听众需求出发,打破各类节目原有的“各自为政”局面,重新进行节目栏目的分配和安排,过去的单一综合台传播格局逐步被以综合台为主打、专业性电台为补充的多元一体传播格局所取代。以生动活泼、丰富多彩的节目吸引受众,使受众得到身心愉悦与启迪,成为当今中国广播传播的主流。

二、从限制层面看新中国建国以来广播的发展

媒介的发展受到很多因素的限制,最主要的四个就是政治限制、经济限制、技术限制和竞争限制。

1、政治限制

由于我国的管理体制,政府在广播事业发展中始终发挥着至关重要的作用。新中国成立时,我国对广播实行的是集中统一的事业管理体制。由于当时政局还很不稳定,国内反动分子处心积虑地想破坏新生的人民民主政权,再加上某些敌对国家妄图颠覆社会主义的强大的宣传攻势,对国内广播实行集中统一管理成为一种必须。这种体制,从某种程度来说,限制了当时广播的自由发展。在文革时期,甚至严重破坏了广播的发展。如图所示,文革期间,广播节目几乎全是政治宣传内容,连戏曲文艺节目都深深的打上了政治的烙印。单调、枯燥的内容自然让广播丧失了听众。



时间	节目名称
4:00	合唱《东方红》, 预告节目
4:15	革命文艺
4:30	新闻
4:45	广播体操
5:00	对人民公社社员广播
5:15	学习马列著作、毛主席著作节目
5:30	革命文艺
5:45	新闻和报纸摘要
6:00	革命文艺
6:15	新闻
6:30	新闻
6:45	革命文艺
7:00	新闻
7:15	新闻
7:30	革命文艺
7:45	新闻
8:00	新闻
8:15	革命文艺
8:30	新闻和报纸摘要
8:45	革命文艺
9:00	新闻
9:15	革命文艺
9:30	新闻
9:45	革命文艺
10:00	新闻
10:15	革命文艺
10:30	新闻
10:45	革命文艺
11:00	新闻
11:15	革命文艺
11:30	新闻
11:45	革命文艺
12:00	新闻
12:15	革命文艺
12:30	新闻
12:45	革命文艺
13:00	新闻
13:15	革命文艺
13:30	新闻
13:45	革命文艺
14:00	新闻
14:15	革命文艺
14:30	新闻
14:45	革命文艺
15:00	新闻
15:15	革命文艺
15:30	新闻
15:45	革命文艺
16:00	新闻
16:15	革命文艺
16:30	新闻
16:45	革命文艺
17:00	新闻
17:15	革命文艺
17:30	新闻
17:45	革命文艺
18:00	新闻
18:15	革命文艺
18:30	新闻
18:45	革命文艺
19:00	新闻
19:15	革命文艺
19:30	新闻
19:45	革命文艺
20:00	新闻
20:15	革命文艺
20:30	新闻
20:45	革命文艺
21:00	新闻
21:15	革命文艺
21:30	新闻
21:45	革命文艺
22:00	新闻
22:15	革命文艺
22:30	新闻
22:45	革命文艺
23:00	新闻
23:15	革命文艺
23:30	新闻
23:45	革命文艺
24:00	新闻

图为文革时期的中央人民广播电台节目表^②

改革开放后,政府虽然没有直接对广播电台节目等进行干预,但是通过制定相关政策法规来管理广播事业。政治仍然是限制广播发展的一个重要因素。

2、经济限制

经济对广播发展的影响分为两个方面,一是电台经济来源对广播发展的限制,二是宏观经济环境对其发展的限制。

新中国成立之初,由于实行计划经济体制,广播事业又由国家经营,所以,经济来源对广播发展的影响并没有政治因素那么明显。但改革开放以来,国家财政拨款的不足,日益成为限制广播发展的主要因素,在这个时候,市场经济开始逐步推动广播的发展。广播媒介以其相对较低的广告成本,成为企业宣传产品、打开市场的重要阵地。以此为契机,各广播电台都相继恢复了广告业务,不仅使经济条件得到很大改善,媒介的社会效益也得到持续提高。电台收入的不断增加,使组织内部可以借助日益雄厚的资金力量,来培养和吸纳优秀人才,购买先进设备,实现规模的扩张,制作出更多更精良的节目,从而增强媒介的实力和影响力,形成一个良性的循环。

国家的宏观经济环境在很大程度上也推动了广播的发展,经济越是高速发展,需要做广告的商家越多,媒介获得的广告收入也就越多。除此之外,经济结构的改变也深深影响着广播的发展。最具代表性的一个例子就是汽车广播和各地电台交通频道的蓬勃发展。汽车广播的发展使得处在低谷期的广播又看到了希望。

3、技术限制

科学技术的飞跃带动了传播技术的提高和普遍使用。可以说,广播事业的每一步发展,都与传播媒介科技手段的进步息息相关。尤其是近二十年来,广播技术的更新速度更是超过了以前所有年份,卫星技术、数字传输技术、网络技术等的相继运用,使广播媒介的覆盖范围不断扩大,传播质量空前提高,传播时效日益增强。

4、竞争限制

竞争对广播的影响也分为两类:内部竞争和外部竞争。内部竞争是指来自其他广播电台的竞争,外部竞争则是指来自报纸、电视、网络等其他媒体的竞争。

新中国成立初期到改革开放以前,我国的广播并没有遇到激烈的竞争。这一方面是因为其国家统一管理经营的体制,使其少了内部竞争。而报纸的识字门槛和电视的未普及也让广播在那段时间少了外部竞争,独占鳌头。

改革开放以后,在市场经济条件下,广播的经济来源由过去的政府投资变为主要依赖于广告经营收入。市场经济把广播推向了竞争,不仅面临着和其他电台的竞争,还面临着电视,以及随后普及的其他媒体的竞争。八十年代,电视的普及给了广播很大的冲击,各电台为了生存,不得不开始改革,珠江台就是在这种背景下创办的。它的成功带动了中国其他电台的改革,让广播事业在受到电视冲击以后得到了复兴。

广播受到的第二次大的外部竞争来自互联网。上世纪末,互联网开始普及,和电视一道,把广播从主流媒体挤到了边缘媒体的位置。处境的危险迫使广播媒体展开新一轮的革新,同

样又是珠江经济广播电台第一个将节目放到网上播出,突破了广播内容不易保存、受众缺乏选择性等缺陷,使得广播的发展又进入了新的春天,同时也拉开了国内网络广播发展的序幕,带动了各地电台的“上网热潮”。

可以看到,我国广播的两次大“革命”都是从广东电台开始,其中一个主要的原因,就是珠三角地区的广播电台面临着十分激烈的竞争。因为毗邻港澳,香港地区多家电台以新鲜活泼的形式和内容吸引着广大听众,给广东电台带来很大的竞争压力。竞争的压力给了广东电台创新和改革的动力,珠江经济广播电台的两次“革命”热潮,推动我国广播事业一次又一次向更高的层面发展。

三、结语

细细数来,广播已走过近一百年的路。一百年来,有过辉煌,也经历过很多次的危机,电视对其的冲击、网络及新媒体对其的冲击,使人们一次又一次地质疑广播会否消亡。然而,历史证明,广播非但没有消亡,还通过改革和创新获得了稳步发展。

在受众需求日益多样、全球化趋势日渐加深、媒介技术日新月异、媒介竞争日趋激烈的今天,对于广播来说,机遇与挑战并存。我们相信,每一次的挑战对于广播来说,都是一次创新与变革的机会,只要牢牢抓住这个机会,广播定能在未来多媒体时代拥有自己的一席之地。■

注释

①乔云霞,《中国广播电视史》,北京:中国广播电视出版社 2007 年 8 月第 1 版,第 68 页

②佚名,《历史回顾:一张文革时期的中央广播电台节目表》2006 年 9 月 22 日 <http://bbs.hedong.cn/viewthread.php?tid=47938> 2009 年 1 月 13 日

参考文献

[1] 赵玉明,《中国广播电视通史》,北京:中国传媒大学出版社 2006 年 2 月

[2] 邓妍妍,《动力与困窘:中国广播体制改革研究》,北京:中国经济出版社 2006 年 9 月

[3] 艾红红,《中国广播电视史初论》,济南:山东大学出版社 2002 年 10 月

[4] 刁小行,《政治传播视野下的中国乡村有线广播》,华中师范大学硕士学位论文 2008 年 4 月

[5] 蒋明明,《广播媒介的多元化传播形态研究》,河南大学硕士学位论文 2007 年 4 月

[6] 刘伟,《中美汽车经济推动广播业发展之比较研究》,河北大学硕士学位论文 2005 年 6 月

[7] 徐立谦,《浅谈中国专业化广播在新媒体时代的发展》,西北大学硕士学位论文 2007 年 6 月

[8] 杨莎,《当今我国广播媒体生存态势及竞争策略研究》,湖南大学硕士学位论文 2007 年 10 月

(作者 厦门大学新闻传播学院 2008 级传播学硕士研究生)